

**Krzysztof Parzych**

Akademia Pomorska  
Ślupsk

**ANALIZA WYBRANYCH ASPEKTÓW TURYSTYKI SPA.  
STUDIUM PRZYPADKU HOTELU SPA  
„DOLINA CHARLOTTY” RESORT & SPA**

**THE ANALYSIS OF THE SELECTED ASPECTS OF SPA  
TOURISM. THE EXAMPLE OF SPA  
HOTEL “DOLINA CHARLOTTY” RESORT & SPA**

**Zarys treści:** Celem artykułu była analiza wybranych elementów charakteryzujących turystykę typu spa. Jako studium przypadku wybrano Hotel Spa „Dolina Charlotty” Resort & SPA. Na podstawie danych uzyskanych w tym obiekcie dokonano analizy produktowej, charakteru usług spa, a także wybranych cech charakteryzujących turystów korzystających z oferty usług tego hotelu.

**Słowa kluczowe:** ruch turystyczny, Dolina Charlotty, hotel spa

**Key words:** tourism, Dolina Charlotty, spa resort

## **Wstęp**

Turystyka uzdrowiskowa jest jedną z najstarszych form ruchu turystycznego. Współcześnie w podziałach form ruchu turystycznego coraz częściej pojawia się termin turystyka zdrowotna ze względu na to, że obok tradycyjnej turystyki uzdrowiskowej wielką popularnością cieszą się obiekty typu wellness i spa (Kurek 2007). Rozwój turystyki wellness i spa postępuje bardzo dynamicznie. Dzieje się tak z różnych przyczyn. Obok wzrostu średniej stopy życiowej ludności z pewnością wpływa na to ma wzrost świadomości społecznej, większa dbałość o zdrowie, dobre samopoczucie oraz tak zwany kult młodości. Nowe formy turystyki: wellness i spa odpowiadają tym potrzebom, proponując innowacyjny produkt uzdrowiskowy. Ich rozwój wiąże się również ze wzrostem intensywności życia, czego efektem jest stres, zmęczenie psychofizyczne oraz syndrom wypalenia zawodowego („burnt out syndrome”). Pobyty w obiektach typu wellness i spa z założenia są związane z regeneracją sił psychofizycznych oraz odzyskaniem sił witalnych organizmu. Według Amerykanina Halberta Dunna „z biegiem czasu atrakcyjny wygląd i dobra kondycja fizyczna stały się synonimem sukcesu (Leśniak 2012).

Pojęcia spa i wellness we współczesnej turystyce zdrowotnej są traktowane często nierozłącznie, chociaż warto podkreślić ich odrębność znaczeniową. Według Europejskiego Kongresu Uzdrowisk spa to źródło wód mineralnych, miejsce bądź miejscowość, gdzie takie źródło zostało znalezione. Ponadto przyjmuje się, że określenie 'spa' pochodzi od nazwy belgijskiego miasteczka Spa położonego niedaleko Liege w Belgii, gdzie znajdują się źródła wód mineralnych. Często też termin spa tłumaczy się jako skrót od łacińskiego *sanus per aquam*, czyli zdrowie dzięki właściwościom leczniczym wody.

Według ISPA (International Spa Association) (za Leśniak 2012) można wyróżnić następujące typy spa:

- Day spa – ośrodek dostępny w ciągu dnia z ofertą ogólnych zabiegów pielęgnacyjnych i relaksacyjnych;
- Destination spa – obiekty znajdujące się w miejscowościach o wyjątkowych walorach turystycznych, przeprowadzające zabiegi pielęgnacyjne i relaksacyjne;
- Resort spa – hotele wyposażone w urządzenia spa i oferujące usługi spa w szerokim zakresie;
- Medical spa – obiekty wymagające nadzoru lekarzy wyspecjalizowanych w różnego typu zabiegach medycznych; w obiektach takich wykonywane są także typowe zabiegi spa;
- Mineral Springs spa – obiekt wykorzystujący w hydroterapii naturalne, termalne źródła bądź wodę morską;
- Club spa – typ obiektu, który oferuje zabiegi poprawiające ogólną kondycję fizyczną, funkcjonuje w klubach fitness;
- Cruise Ship spa – statek wycieczkowy oferujący ogólne zabiegi pielęgnacyjne i relaksacyjne.

Najczęściej wykonywanymi zabiegami w obiektach spa są kąpiele, masaże, bicz i natryski. Wyróżnia się około 70 różnych zabiegów, ćwiczeń i terapii związanych z wodą (Grzegorzczak 2006).

Termin wellness, mimo że często jest nierozzerwalnie łączony ze spa, ma dużo szersze znaczenie. Traktuje się go jako swoisty styl życia, którego cel stanowi uzyskanie harmonii ciała i ducha, dobrego stanu organizmu.

Turystyka wellness i spa jest jedną z najbardziej dynamicznie rozwijających się form współczesnej turystyki. W Polsce pierwsze tego typu obiekty pojawiły się w latach 90. ubiegłego wieku. Wiele z nich powstało w tradycyjnych miejscowościach uzdrowskich, wykorzystując istniejącą bazę materialną. Dryglas (2010, 2006) wymienia 3 typy obiektów spa ze względu na ich lokalizację:

- hotele pobytowe poza miastem, w miejscowości turystycznej lub nieturystycznej, powstałe szczególnie w obiektach historycznych,
- hotele uzdrowskie w tradycyjnych miejscowościach uzdrowskich,
- hotele miejskie w dużych aglomeracjach miejskich.

Ponadto istotnym elementem branym pod uwagę przy lokalizacji obiektów typu wellness i spa jest położenie danego miejsca w znacznej izolacji od dużych miast, w cennych kompleksach przyrodniczo-krajobrazowych.

## Cel i zakres pracy

Celem niniejszego opracowania jest analiza funkcjonowania obiektu typu spa jako obiektu recepcyjnego turystyki na przykładzie Hotelu Spa „Dolina Charlotty” Resort & SPA w miejscowości Strzelinko w powiecie słupskim.

Analiza ta koncentrowała się na określeniu:

- charakteru usług (produktów) obiektu typu spa oraz ich zakresu cenowego,
- wykorzystania oferty produktowej obiektu,
- przybliżonego profilu klienta obiektu typu spa.

Kompleks hotelowy „Dolina Charlotty” położony jest w województwie pomorskim między Słupskiem a Ustką. Istotnym czynnikiem atrakcyjności obiektu jest jego lokalizacja. Usytuowanie w pobliżu trasy do Ustki czyni go łatwo identyfikowalnym przez turystów wypoczywających latem nad morzem. Jednocześnie położenie w znacznej izolacji od dużych skupisk miejskich oraz ośrodków przemysłowych stwarza gościom ciszę, spokój i kontakt z naturą. Kompleks ten składa się z trzech obiektów noclegowych: hotelu Spa, pensjonatu „Żelazna Podkowa” oraz tzw. Rybaczków. Każdy z nich ma pewną swoją specyfikę.

W hotelu Spa znajduje się restauracja, 4 sale konferencyjne (mogące jednocześnie przyjąć do 550 uczestników, wyposażone w profesjonalny sprzęt umożliwiający organizację konferencji, kursów czy szkoleń) oraz 90 pokoi gościnnych, wyposażonych w komfortowe łóżka, telewizję, z dostępem do Internetu i samodzielną łazienką. Jest on największą częścią całego kompleksu „Dolina Charlotty”.

Pensjonat „Żelazna Podkowa” znajduje się nad stacją. Obiekt ten mieści się w typowym dla XIX-wiecznej zabudowy pomorskiej budynku szachulcowym w pobliżu Zwierzyńca, parkuru i pastwiska. Pensjonat ma 6 pokoi oferujących nocleg dla 28 osób.

Trzeci obiekt – „Rybaczków”, zbudowany jest nad sztucznym zbiornikiem wodnym – Jezioro Zamelowskim. Znajdują się w nim 3 apartamenty dla 11 osób.

Do kompleksu w Dolinie Charlotty należy również tzw. Gościniec Charlotty, który nie jest obiektem noclegowym. Ze względu jednak na olbrzymią dwupoziomą restaurację z 3 osobnymi salami: bankietową, przystosowaną do przyjęcia jednorazowo 120 osób, kominkową i chlebową, stanowi ważne miejsce w rozkładzie przestrzennym całego kompleksu. Bazę gastronomiczną obiektu uzupełnia letnia kuchnia „Siwy Dym”, umiejscowiona niedaleko pensjonatu „Żelazna Podkowa”.

W otoczeniu obiektu znajduje się ponadto olbrzymi amfiteatr, mogący pomieścić kilkanaście tysięcy ludzi, będący miejscem organizacji licznych imprez muzycznych i kabaretowych. Dodatkowymi atrakcjami kompleksu, związanymi z jego funkcją regeneracji sił psychofizycznych, są: 4 trasy w Parku Linowym, kajaki i rowery wodne, możliwość organizacji spływu kajakowego, boisko do piłki plażowej, plac zabaw dla dzieci, przejażdżki konne, kręgielnia, a także zwiedzanie Zwierzyńca, który w czerwcu 2012 roku zyskał status Ogrodu Zoologicznego. Znajdują się w nim zwierzęta reprezentujące kilkadziesiąt różnych egzotycznych gatunków, przede wszystkim ptaków oraz ssaków, w tym antylopy liczy i kapibary. Nową atrakcją jest otworzona lipcu 2012 roku ekspozycja figur filmowych postaci „Kraina Bajek”.

Hotel Spa w Dolinie Charlotty ma bogatą ofertę różnorodnych usług i zabiegów typu wellness i spa, np.:

- zabiegi pielęgnacji ciała, m.in. zabieg „Lekkie Nogi”, pedicure Charlotta de Lux,
- zabiegi wygładzania skóry,
- liczne zabiegi kosmetyczne,
- masaże,
- zabiegi regeneracyjne kończyn.

Oprócz licznych zabiegów typowych dla każdego obiektu spa hotel Spa w Dolinie Charlotty ma w swojej ofercie nietypowe produkty, takie jak np. zabieg Rasoul łączący peeling i masaż warunkach łaźni parowej. Do bardzo egzotycznych, ale i szczególnie polecanych przez personel kompleksu hotelowego „Dolina Charlotty” zabiegów z pewnością można zaliczyć masaż ziołowymi stemplami Pantai Contour lub Pantai Luar, japoński masaż bambusami, a także masaż filipiński, masaże Siatsu czy lomi lomi (masaż ciepłymi muszlami Lava Shells).

Oprócz zabiegów typowo kosmetycznych hotel zgodnie z etymologią określenia spa udostępnia gościom basen, brodzik dla dzieci, jacuzzi, saunę suchą, saunę parową, saunę błotną, sanarium i saunę aromaterapii. Ogółem oferta hotelu Spa w Dolinie Charlotty obejmuje kilkadziesiąt różnego rodzaju zabiegów. Tym, co wyróżnia ofertę dostępnych produktów tego obiektu, jest elastyczna oferta skierowana do szerszego kręgu odbiorców.

## **Analiza sprzedaży wybranych usług w latach 2010-2012**

Na podstawie informacji uzyskanych w Hotelu Spa „Dolina Charlotty” Resort & SPA dokonano analizy sprzedaży oferty produktowej obiektu. W analizie tej wykorzystano dane za lata 2010-2012. Hotel Spa w Dolinie Charlotty jest obiektem całorocznym. Ze względu na różne natężenie przyjazdów w różnych okresach roku wprowadzono podział na 3 rodzaje sezonów w zależności od atrakcyjności warunków pogodowych oraz nasilenia przyjazdów, różnicując przy tym ofertę cenową pobyków. Są to: sezon niski przypadający na okres od 1 listopada do 31 marca, sezon średni, tj. okres od 1 kwietnia do 15 czerwca oraz od 1 września do 31 października, oraz sezon wysoki – od 16 czerwca do 31 sierpnia<sup>1</sup>. W każdym z tych okresów w cenie noclegu zawartych jest wiele dodatkowych elementów, m.in.: śniadanie, możliwość korzystania z basenu, świata saun (sucha, parowa, sanarium, łaźnia aromatyczna), jacuzzi, boiska do piłki plażowej (siatkówka), placu zabaw dla dzieci oraz ze sprzętu do uprawiania Nordic Walking. Największe różnice w cenach noclegów występują pomiędzy sezonem wysokim i niskim i dochodzą do blisko 30% (tab. 1).

Na zróżnicowanie cen noclegów w kompleksie oprócz terminów pobytu wpływa również standard wyposażenia poszczególnych obiektów.

<sup>1</sup> Por. <http://www.slonecznapolska.pl/hotel-dolina-charlotty-pomorze.htm> oraz <http://www.dolina-charlotty.pl/pl/cennik> (data dostępu: 19.05.2012).

Tabela 1

Cennik usług noclegowych w Hotelu Spa „Dolina Charlotty” Resort &amp; SPA w 2012 roku

Table 1

The costs of lodging in Spa Hotel “Dolina Charlotty” Resort &amp; SPA in the year of 2012

TYP POKOJU	SEZON NISKI	SEZON ŚREDNI		SEZON WYSOKI	
	01.11.11-31.03.12 01.11.12-31.03.13	01.04.12-15.06.12 01.09.12-31.10.12		16.06.12-31.08.12	
	Niedziela – Sobota	Niedziela – Czwartek	Piątek – Sobota	Niedziela – Czwartek	Piątek – Sobota
1-osobowy	230 zł	260 zł	290 zł	320 zł	340 zł
2-osobowy	320 zł	350 zł	380 zł	430 zł	450 zł
2-osobowy do pojedynczego wykorzystania	270 zł	310 zł	330 zł	360 zł	380 zł
Apartament	600 zł	700 zł	700 zł	800 zł	800 zł
Dostawka	80 zł	90 zł	90 zł	100 zł	100 zł
Dopłata do pokoju z balkonem	0 zł	0 zł	0 zł	50 zł	50 zł

Źródło: cennik usług 2012 – prospekt reklamowy

Główną atrakcją „Rybacówki” stanowi jej położenie na wyspie na sztucznie utworzonym zbiorniku – Jeziorze Zamełowskim. Standard wyposażenia tego obiektu oraz jego bardzo unikalna pod względem krajobrazowym lokalizacja wpływają na to, że jest to miejsce najbardziej ekskluzywne w całym kompleksie, o najwyższych cenach noclegów (tab. 2).

Tabela 2

Cennik usług noclegowych w „Rybacówce” w 2012 roku

Table 2

The costs of lodging in “Rybacówka” in the year of 2012

TYP POKOJU	SEZON NISKI	SEZON ŚREDNI	SEZON WYSOKI
	01.11.11-31.03.12 01.11.12-31.03.13	01.04.12-15.06.12 01.09.12-31.10.12	16.06.12-31.08.12
Apartament 3-osobowy	380 zł	430 zł	480 zł
Apartament 4-osobowy	490 zł	540 zł	590 zł
Cała „Rybacówka”	1350 zł	1430 zł	1560 zł

Źródło: cennik usług 2012 – prospekt reklamowy

„Rybacówka” i „Żelazna Podkova” są obiektami noclegowymi przeznaczonymi dla ogółu gości przyjeżdżających do Doliny Charlotty, zaś hotel Spa przede wszystkim dla osób nastawionych na skorzystanie z bogatej oferty produktów wellness oraz spa.

Z analizy liczby gości przebywających w Hotelu Spa „Dolina Charlotty” Resort & SPA wynika, że corocznie obiekt ten odwiedza średnio około 15 tys. turystów (tab. 3).

Tabela 3

Liczba gości w Hotelu Spa „Dolina Charlotty” Resort & SPA w latach 2010-2012

Table 3

Number of the visitors in Spa Hotel “Dolina Charlotty” Resort & SPA in the years 2002-2012

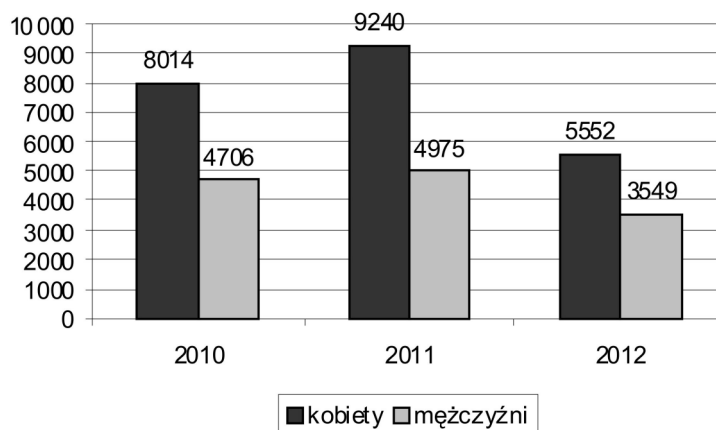
LATA	LICZBA GOŚCI
2010	15 210
2011	16 800
2012 (do 31.07.)	10 250

Źródło: materiały Hotelu Spa „Dolina Charlotty” Resort & SPA

Od początku funkcjonowania hotelu Spa w Dolinie Charlotty z każdym rokiem odnotowuje się wzrost liczby gości, co niewątpliwie jest efektem coraz lepszej znajomości tego obiektu wśród odwiedzających wybrzeże turystów oraz jego rosnącej renomy. Ponadto hotel dostosowuje swoją ofertę także na okres po sezonie urlopowo-wakacyjnym.

Analiza rozkładu procentowego liczby gości hotelu Spa w Dolinie Charlotty z uwzględnieniem struktury płci wskazuje, że zdecydowaną większość stanowią kobiety – ponad 60% ogółu odwiedzających ten obiekt (ryc. 1). Wynika to ze specyfiki usług obiektów spa i wellness (Smith, Jenner 2000, Dawidowski 2007, Leśniak 2012). Daje się jednak zauważyć systematyczny wzrost liczby mężczyzn wśród odwiedzających. Tę tendencję uzasadnić można z jednej strony szkoleniami odbywającymi się kompleksach hotelowych typu spa i wellness, na które coraz więcej firm kieruje pracowników z kadr zarządzających (w większości są nimi właśnie mężczyźni). Z drugiej strony mężczyźni zaczynają bardziej dbać o swoje zdrowie i samopoczucie. Stąd zainteresowania usługami typu wellness i spa. Istotnym elementem charakteryzującym profil turysty odwiedzającego obiekt typu spa jest struktura wieku. Aby zanalizować tę strukturę wśród gości hotelu Spa w Dolinie Charlotty, wyróżniono przedziały wiekowe: do 35 roku życia, od 36 do 50 lat oraz powyżej 50 lat. W badanych okresie we wszystkich latach najwięcej gości było w przedziale wieku 36-50 (ponad 60% ogółu). Osoby powyżej 50 roku życia stanowiły wśród odwiedzających obiekt w roku 2010 – 29%, w roku 2011 – 27%, a w roku 2012 (do 31.07.) około 20% ogółu gości. Najmniejszy jest udział osób do 35 roku życia. Populacja odwiedzających w tym wieku wynosiła w badanym okresie średnio około 10%.

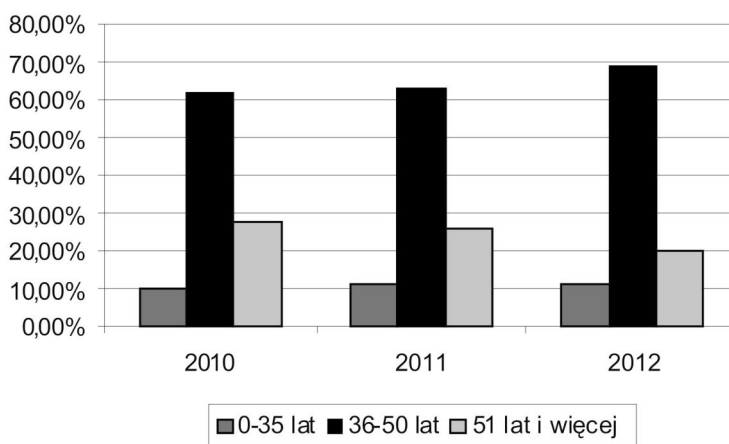
Stosunkowo młody wiek gości potwierdza, że turystyka typu wellness i spa, mimo że klasyfikuje się ją w ramach turystyki zdrowotnej (Kurek 2007), ma odmienny



Ryc. 1. Liczba gości hotelowych korzystających z usług spa w Hotelu Spa „Dolina Charlotty” Resort & SPA w latach 2010-2012 z uwzględnieniem płci

Fig. 1. The number of visitors using the services of spa in Spa Hotel “Dolina Charlotty” Resort & SPA in the years 2010-2012 including sex of tourists

Źródło: jak pod tab. 3



Ryc. 2. Struktura gości hotelowych korzystających z usług spa w Hotelu Spa „Dolina Charlotty” Resort & SPA według wieku w latach 2010-2012

Fig. 2. The number of visitors using the services of spa in spa Hotel “Dolina Charlotty” Resort & SPA in the years 2010-2012 including the age of tourists

Źródło: jak pod tab. 3

charakter od tradycyjnej turystyki uzdrowskiej i jest skierowana do znacznie szerszego kręgu odbiorców.

Z chwilą akcesji Polski do struktur Unii Europejskiej polskie miejscowości uzdrowskie odnotowują z każdym rokiem wzrost zainteresowania wśród tury-

stów zagranicznych, zwłaszcza z Niemiec, krajów skandynawskich, Holandii oraz z Kanady i USA. W niektórych uzdrowiskach udział turystów zagranicznych jest szacowany nawet na poziomie 25-30% (Stankiewicz, Sielanko 2006). Przyczyniły się do tego prywatyzacja polskich uzdrowisk i unowocześnienie ich dotychczasowej oferty produktowej, a także ewoluowanie niektórych z nich w obiekty typu spa i wellness. W nowo powstałych obiektach typu spa i wellness udział turystów zagranicznych jest również coraz bardziej zauważalny.

Potwierdzeniem tego są dane o pochodzeniu odwiedzających Hotel Spa „Dolina Charlotty” Resort & SPA. Mimo że udział gości zagranicznych kształtuje się tu na poziomie 4-6% rocznie (509 osób na 12 720 ogółem w 2010 roku i 853 osoby na 14 215 ogółem w 2011 roku), to widać jednocześnie systematyczny wzrost w kolejnych latach. W roku 2012 według danych do 31.07. było ich 637 na 9101 ogółem, co stanowiło 7% wszystkich odwiedzających (tab. 4).

Tabela 4

Struktura gości hotelowych według kraju pochodzenia

Table 4

The structure of the origin of tourists

	Goście zagraniczni	Goście polscy	OGÓLEM
2010	509	12 211	12 720
2011	853	13 362	14 215
2012	637	8464	9101

Źródło: jak pod tab. 3

Najwięcej gości odnotowuje się z takich państw, jak: Szwecja, Norwegia, Niemcy, Austria, USA, Anglia, Irlandia, Rosja i Belgia<sup>2</sup>.

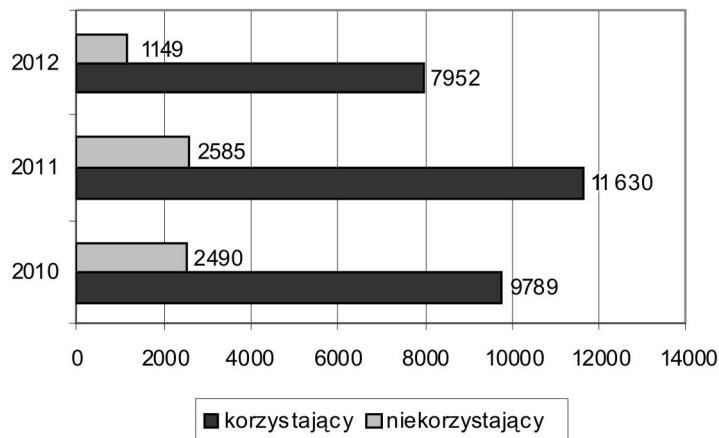
Hotel Spa „Dolina Charlotty” Resort & Spa obsługuje gości przybywających zarówno w celach skorzystania z oferty produktów wellness i spa, jak i w innych, np. jako uczestnicy szkoleń czy konferencji. Jednak z każdym rokiem liczba osób, które skorzystały z oferty produktów wellness i spa oferowanych przez hotel Spa w Dolinie Charlotty, rośnie. W 2010 roku było ich 9789, co stanowiło 83,62% ogółu korzystających z noclegów w badanym obiekcie. W 2011 roku odnotowano 11 630 korzystających z oferty spa i wellness, co stanowiło 84,61% ogółu odwiedzających, natomiast do 31.07.2012 odnotowano 7952 osoby – 88,79% ogółu gości (ryc. 3).

Oferta zabiegów spa jest skierowana do bardzo różnorodnej grupy klientów, co wynika ze znacznego zróżnicowania cen poszczególnych zabiegów.

Wśród produktów spa oferowanych przez hotel Spa w Dolinie Charlotty największą popularnością cieszą się cukrowy peeling ciała, z którego korzysta 38% ogółu

<sup>2</sup> Materiały Hotelu Spa „Dolina Charlotty” Resort & SPA.



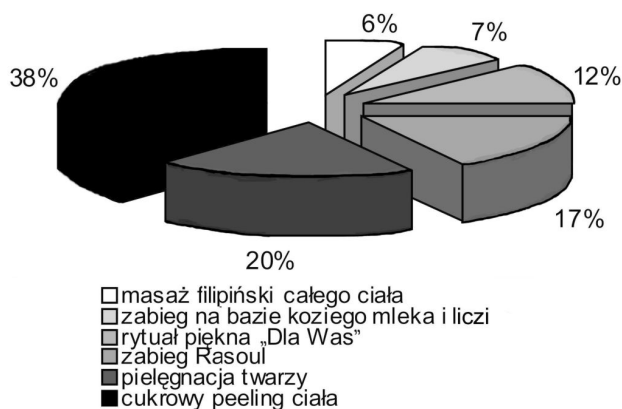


Ryc. 3. Struktura gości hotelowych korzystających i niekorzystających z usług typu spa w latach 2010-2012 w Hotelu Spa „Dolina Charlotty” Resort & SPA

Fig. 3 The number of visitors using and no using the services of spa in Spa Hotel “Dolina Charlotty” Resort & SPA in the years 2010-2012

Źródło: jak pod tab. 3

gości. W dalszej kolejności są to zabiegi pielęgnacyjne twarzy (20%) i zabieg Rasoul (17%) (ryc. 4).



Ryc. 4. Struktura najpopularniejszych zabiegów wellness i spa w Hotelu Spa „Dolina Charlotty” Resort & SPA w latach 2010-2012

Fig. 4. The structure of the most popular treatments of the wellness and spa in Spa Hotel “Dolina Charlotty” Resort & SPA in the years 2010-2012

Źródło: jak pod tab. 3

Hotel Spa „Dolina Charlotty” Resort & SPA wychodzi z bardzo aktywną strategią promocyjną do potencjalnych gości, oferując wiele produktów w korzystnych przedziałach cenowych. Są to pakiety świąteczne oraz noworoczne dla par, rodzin i osób

samotnie odwiedzających obiekt, a także pakiety wiosenne. Szczególnie dużą popularnością cieszą się przygotowane na okres długiego weekendu majowego. Oprócz usług noclegowych i żywieniowych zawierają one wiele dodatkowych atrakcji. Dla przykładu na pakiet majowy na okres od 29 kwietnia do 3 maja 2011 roku składały się: 4 noclegi w pokoju 2-osobowym, 4 śniadania i 3 obiadowe kolacje w formie bufetu szwedzkiego, obiadowe kolacje w postaci grill z ogniskiem, karnet dwudniowy na koncerty, bilety wstępu do wioski mongolskiej, Nordic Walking z instruktorem oraz nieograniczone korzystanie z Centrum rekreacji oraz Wellness & Spa: basen, sauna sucha, parowa, aromatyczna, salarium i jacuzzi<sup>3</sup>. Cena takiego pakietu wynosiła 1440 zł za osobę dorosłą oraz 1250 zł za dziecko w wieku 4-12 lat.

Porównywalny pakiet usług przeznaczonych na majówkę w roku 2012, przygotowany na okres od 27 kwietnia do 6 maja, obejmował: 4 noclegi w 2-osobowym pokoju, 4 śniadania w formie bufetu szwedzkiego w restauracji Charlotta, 3 obiadowe kolacje w formie bufetu szwedzkiego, kolację grillową przy ognisku, dyskotekę w Rock Pubie, dostęp do Internetu w pokoju, miejsce parkingowe, bezpłatne i nieograniczone korzystanie z basenu, brodzika dla dzieci, sauny suchej, sauny parowej, sauny aromatycznej, sauny sanarium, jacuzzi, placu zabaw dla dzieci i Nordic Walking z instruktorem. Dodatkową atrakcją dla wypoczywających w Dolinie Charlotty był zorganizowany w dniach 28-29 kwietnia 2012 roku Majówkowy Festyn Rodziny, podczas którego odbywały się występy muzyczne i taneczne, jarmark rękodzieła, nauka salsa i zumbi, fitness z instruktorem, bieg do źródeł Charlotty, FotoDay, dziecięce graffiti, warsztaty ceramiczne, plener rzeźbiarski, konkursy, zabawy i animacje dla dzieci. Ponadto goście mogli wziąć udział w rajdach pieszych i animacjach dla dzieci.

## Podsumowanie

Hotel Spa „Dolina Charlotty” Resort & SPA jest jednym z wielu obiektów stanowiących swego rodzaju innowacyjny produkt turystyki uzdrowiskowej, który bardzo intensywnie rozwija się na polskim rynku turystycznym.

Przeprowadzona w opracowaniu analiza oferty produktów i usług oferowanych przez ten hotel wskazuje, że staje się on coraz bardziej zauważalną destynacją turystyczną na obszarze Pomorza Środkowego. Dogodne położenie, urozmaicona oferta i brak w najbliższej okolicy obiektów o tej skali i profilu działalności czynią z niego jeden z bardziej rozpoznawalnych obiektów spa w środkowej części Półwyspu Kosińskiego. Polityka budowania marki przez różnorodną ofertę produktów i usług oraz liczne promocje w formie pakietów przyczyniają się do częstszych wizyt w Dolinie Charlotty w ciągu całego roku oraz budowy renomy obiektu.

Stosunkowo wysoka frekwencja gości odwiedzających kompleks, wynosząca średnio kilkanaście tysięcy turystów rocznie, jest efektem coraz silniejszego utrwalania się tego obiektu w świadomości polskich i zagranicznych turystów.

---

<sup>3</sup> Por. [www.dolinacharlotty.pl/pl/cennik](http://www.dolinacharlotty.pl/pl/cennik) (data dostępu: 19.05.2012).

## Literatura

- Dawidowski A., 2007, *Europejskie trendy spa*, Spa Business, 8
- Dryglas D., 2006, *Kształtowanie produktu turystycznego uzdrowisk w Polsce*, Kraków
- Dryglas D., 2010, *Kształtowanie obiektu spa jako innowacyjnego uzdrowiskowego produktu turystycznego w Polsce*. W: *Uzdrowiska i ich znaczenie w gospodarce turystycznej*, red. A. Szromek, Kraków
- Grzegorzczak A., 2006, *Wellness & Spa – dla zdrowia i urody Hotele Spa we Włoszech*, Hotelarz, 1
- Kasprzak W., Mańkowska A., 2008, *Fizykoterapia, medycyna uzdrowiskowa i SPA*, Warszawa
- Kurek W., 2007, *Turystyka*, Warszawa
- Leśniak J., 2012, *Ekohotel SPA jako element zrównoważonej turystyki w Szwecji*, Journal of Managment and Finance, 4, 1
- Smith Ch., Jenner P., 2000, *Health tourism in Europe*, Travel and Tourism Analyst, 1, s. 45-59
- Stankiewicz M., Sielanko A., 2006, *Polska centrum zdrowia i urody*, Rzeczpospolita z dnia 26.04.2006
- [www.dolinacharlotty.pl/pl/cennik](http://www.dolinacharlotty.pl/pl/cennik) z dnia 19.05.2012
- [www.slonecznapolska.pl/hotel-dolina-charlotty-pomorze.htm](http://www.slonecznapolska.pl/hotel-dolina-charlotty-pomorze.htm) z dnia 19.05.2012

## Summary

The traditional forms of tourism have been changing in the last years. Besides the holiday tourism 3s and others forms of nature tourism new forms of the tourism have been developing. One of these new forms of tourism are spa and wellness tourism. In the last years thanks to transformation of the polish health resorts a lot of spa and wellness resorts got of a lot of tourists. They come to spa and wellness resort for relax and renovation of its power and psycho-fisical condition. The spa resorts offer for tourists alternative product of tourism.

The article taken an issue of the determinants of the spa tourism development basing on the example of the Spa Hotel "Dolina Charlotty" Resort & SPA. Basing on the interview and on the data from the Spa Resort hotel made an analysis of the main aspects of the spa tourism development. The results show specific of the spa tourism and changes of this form of tourism in relation to the traditional health tourism. The most often the clients of the spa resorts are young people, not only woman who come to the spa resort for massage, cultivation of body and for many cosmetic surgeries. More often there are a lot of foreigners between the clients of spa resorts.

